

**KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PENGEMBALIAN UANG
KOIN YANG DIGANTI PERMEN**

(Studi Kasus Minimarket Di Daerah Sekitar UPN “Veteran” Jatim)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jatim**



Oleh :

SINDI CAHYA YUNIAR
0742010058

**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

SURABAYA

2010

SKRIPSI
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PENGEMBALIAN UANG KOIN
YANG DIGANTI PERMEN
(Study Kasus Minimarket Di Daerah Sekitar UPN “Veteran” Jatim)

Disusun Oleh :

Sindi Cahya Yuniar
NPM. 0742010058

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Dra. Sonja Andarini, MSi
NIP. 196503261993092001

Mengetahui Dekan,

Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 195507181983022001

SKRIPSI
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PENGEMBALIAN UANG KOIN
YANG DIGANTI PERMEN
(Study Kasus Minimarket Di Daerah Sekitar UPN “Veteran” Jatim)

Disusun Oleh :

SINDI CAHYA YUNIAR
NPM. 0742010058

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada Tanggal, 03 Desember 2010

Pembimbing Utama

Dra. Sonja Andarini, MSi
NIP. 196503261993092001

Tim Penguji :

1. Ketua

Dra. Sonja Andarini, MSi
NIP. 196503261993092001

2. Sekretaris

Drs. Nurhadi, MSi
NIP. 196902011994031001

3. Anggota

Dra. Susi Hariyawati, S.Sos, MSi
NIP. 196402151991032001

Mengetahui Dekan,

Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 195507181983022001

JUDUL PROPOSAL PENELITIAN : KEPUASAN KONSUMEN DALAM
KEMBALIAN UANG KOIN YANG DIGANTI
PERMEN “Studi Kasus Daerah Sekitar UPN
Veteran Jatim”

Nama : Sindi Cahya Yuniar
NPM : 0742010058
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Telah diuji dan diseminarkan pada : Jumat, 01 Juni 2010

PEMBIMBING

TIM PENGUJI

Dra. Sonja Andarini, MSi
NIP : 1966503261993092001

1. Dra. Ety Dwi S.MSi
NIP : 196704061994032001

2. Dra. Lia Nirawati, MSi
NIP : 196009241993032001

3. Ry. Rusdianto S.Sos.MSi
NIP : 3720669500461

MENGETAHUI

KETUA JURUSAN

Sadjudi, Drs, SE, MSi
NIP : 195202071973101001

JUDUL SKRIPSI : KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
KEMBALIAN UANG KOIN YANG DIGANTI
PERMEN “Studi Kasus Daerah Sekitar UPN
Veteran Jatim”

Nama : Sindi Cahya Yuniar
NPM : 0742010058
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Telah diuji dan diseminarkan pada : Jumat, 03 Desember 2010

PEMBIMBING

TIM PENGUJI

Dra. Sonja Andarini, MSi
NIP : 1966503261993092001

1. Drs. Nurhadi, MSi
NIP :

2. Dra. Susi Heruwati, Ssos
NIP : 196009241993032001

MENGETAHUI

KETUA JURUSAN

Sadjudi, Drs, SE, MSi
NIP : 195202071973101001

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT karena dengan izin dan karunia Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini sebagai syarat untuk mendapat gelar sarjana, maka penulis mengambil judul “Kepuasan Konsumen Terhadap Kembalian Uang Koin Yang Diganti Permen”.

Di dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak, maka tidak berlebihan apabila penulis mengucapkan banyak terima kasih atas bantuan berupa dorongan serta bimbingannya dari ibu Dra. Sonja Andarini, M.Si, selaku pembimbing skripsi dan pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Hj. Suparwati, Dra. M.Si, selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Drs. Sadjudi, SE, M.Si, selaku ketua program studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Drs. Nurhadi, M.Si, selaku sekretaris program studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Dosen-dosen Ilmu Administrasi Bisnis yang memberikan banyak pelajaran dan pengalaman.
5. Kedua orang tua beserta keluarga saya yang telah banyak memberikan dukungan, doa serta bantuan.

6. Teman-teman yang banyak member motivasi dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih kurang dalam segi teknis maupun segi materi penyusunannya, untuk itu penulis senantiasa bersedia dan terbuka menerima saran maupun kritik yang tentunya bersifat membangun dalam penyusunan skripsi ini.

Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih, serta besar harapan dari penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, Desember 2010

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DAN	
PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAKSI.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Pemasaran Jasa.....	11
2.1.1 Konsep Dasar Pemasaran Jasa.....	11
2.1.2 Tujuan Pemasaran Jasa.....	14
2.2. Pelayanan.....	16
2.2.1. Konsep Pelayanan.....	16
2.2.2. Sistem Pelayanan.....	16
2.2.3. Unsur Pelayanan.....	17
2.2.4. Tujuan Pelayanan.....	21
2.2.5. Konsep Kualitas Pelayanan.....	21
2.3. Konsep Perilaku Konsumen.....	23
2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	23
2.2.2 Fungsi Perilaku Konsumen.....	24
2.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	25
2.3.4 Model Perilaku Konsumen.....	31
2.3. Konsep Kepuasan Konsumen	32

2.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	32
2.3.2 Prinsip-Prinsip yang mempengaruhi Tingkat Kepuasan Konsume	33
2.4. Mini Market.....	36
2.4.1Pengertian Minimarket	36

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Fokus Penelitian	39
3.2. Lokasi Peneltian.....	41
3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	41
3.4. Teknik Pengumpulan Data	43
3.5. Teknik Analisis Data.....	44
3.6. Validitas Data.....	45

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	48
4.2. Hasil Peneltian	49
4.2.1. Deskripsi Hasil Jawaban Kuisisioner Dalam Penelitian	49
4.3. Hasil Wawancara.....	60
4.3.1. Deskripsi Hasil Wawancara	60
4.4. Pembahasan Hasil Kuisisioner.....	72
4.4.1. Deskripsi Penelitian.....	72
4.5. Pembahasan Hasil Wawancara.....	75

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	76
5.2. Saran.....	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Kerangka Berfikir.....	28
Gambar 2.	Model perilaku Konsumen.....	31

ABSTRAKSI

SINDI CAHYA YUNIAR 0742010058, Kepuasan Konsumen Terhadap Pengembalian Uang Koin Yang Diganti Permen (Study Kasus Di Daerah Sekitar UPN “Veteran” Jatim)

Perkembangan dunia ekonomi sangat berpengaruh bagi dunia bisnis, karena dalam hal ini faktor ekonomi yang sangat menonjol salah satunya dalam hal keuangan. Oleh sebab itu banyak perusahaan yang merambah bisnis waralaba ataupun franchise yang sengaja didirikan untuk kesejahteraan sendiri maupun masyarakat. Salah satunya yaitu dengan adanya minimarket, masyarakat lebih senang untuk mengunjungi karena lebih praktis dan cukup terjangkau baik dari segi harga maupun kualitas produk.

Semakin banyaknya minimarket yang didirikan menjadikan persaingan sendiri bagi pihak minimarket. Dalam hal ini kepuasan konsumen yang menjadi tolak ukur bagi minimarket dalam menarik konsumen. Pelayanan adalah salah satu kebijakan yang diambil oleh minimarket untuk memuaskan konsumen. Selain itu dalam hal pelayanan selain keramahan, kembalian yang diberikan juga menjadi alasan konsumen belanja di minimarket. Dengan kembalian uang koin yang diganti permen tidak sedikit konsumen yang mengeluhkan hal ini, karena kembalian uang koin mereka diganti dengan permen, menurut konsumen uang tidak sama nilainya. Dan sisi lain ada konsumen yang senang apabila kembaliannya uang koin diganti dengan permen.

Adapun jenis penelitian yang digunakan disini adalah dengan menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Dimana peneliti hanya menguraikan kondisi yang ada dan memberikan analisis terhadap fenomena tersebut. Responden yang diambil sebagai sampel sebanyak 50 dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Sebagian responden diberi kuisioner yang nantinya dapat dijadikan tolak ukur penelitian, selain kuisioner penelitian ini juga menggunakan wawancara sebagai teknik pengumpulan datanya.

Hasil studi menunjukkan bahwa terkait kepuasan konsumen yang diamati dalam penelitian (Sistem Pelayanan, perilaku belanja konsumen dan kepuasan konsumen). Ternyata kembalian uang koin yang diganti permen juga menjadi keresahan tersendiri bagi konsumen, tetapi di sisi lain konsumen juga hanya dapat berharap dan tidak dapat bertindak selain melakukan komplain ke YLKI (yayasan Lembaga Komplain Indonesia).

Keywords : Perilaku Konsumen, Kepuasan Konsumen.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Semakin kecilnya nilai nominal mata uang rupiah, hal itu berdampak pada semakin sedikitnya jumlah uang koin yang beredar di masyarakat. Memang di sini tidak sedang membahas masalah keekonomian uang pecahan koin, namun lebih menyoroti cadangan uang koin yang dimiliki pedagang.

Hubungannya trend saat ini, mayoritas pedagang, mulai skala kecil (minimarket) hingga hipermarket, sedang mengalami gejala kesulitan mempunyai stok uang koin dengan berbagai pecahan, yang identik dengan uang logam. Tidak pasti hal itu benar atau tidak terkait dengan semakin tidak berartinya nominal uang koin, hal itu berdampak semakin malasnya para pedagang kecil hingga kelas ritel untuk menyediakan stok uang yang biasanya digunakan untuk uang kembalian.

Di sinilah letak permasalahannya. Pada kenyataannya banyak konsumen mengalami kejadian kurang menyenangkan terkait dengan uang koin jika berurusan dengan transaksi di minimarket. Hal itu terjadi pada konsumen harus membeli sesuatu, dan ternyata uang kembaliannya oleh penjual bukannya diberikan dalam uang koin. Melainkan diganti seenaknya sendiri dengan permen.

Tidak hanya identik uang koin seratus rupiah yang kemungkinan diganti dengan permen, kelipatannya hingga lima ratus pun pernah diganti dengan permen sejumlah lima bungkus. Memang penjual ketika akan menyodorkan sisa uang kembalian juga sambil bilang bahwa uangnya diganti dengan permen. Namun yang jadi masalah adalah penjual seolah tidak memberikan kesempatan kepada pembeli untuk menolak opsi satu-satunya yang ditawarkan penjual. Karena hal itu meski dalam jumlah nominal terbilang sangat kecil, tetapi berdampak psikologis cukup besar bagi ketidaknyamanan dalam konsumen. Karena, berdasarkan pengalaman para konsumen yang tepatnya mahasiswa yang berbelanja di minimarket daerah sekitar UPN Surabaya, jika menolak dan tetap menginginkan uang kembalian dalam bentuk koin silver bergambar burung kakaktua, pasti si pihak minimarket akan menjawab tidak punya stok.

Sehingga mau tidak mau, ikhlas tidak ikhlas konsumen wajib menerima uang kembalian berupa permen. Hasilnya, tawaran uang kembalian diganti dengan permen seperti sebuah tawaran paksaan yang mana konsumen tak mempunyai pilihan selain berkompromi dan menerima permen dengan lapang dada, meski sebenarnya tidak sedang membutuhkan permen untuk menyegarkan mulut. Tidak Jarang konsumen sering mengeluh dengan keadaan itu. Bukan mengeluh tentang uang kembalian yang tidak seberapa besarnya jika konsumen menolak hal itu, melainkan lebih pada mental pihak minimarket yang kurang mampu menangkap beban psikologis konsumennya. Harus diakui terkadang hal ini

karena kesalahan konsumen sendiri yang tak berani protes kadang konsumen menghindari untuk meributkan sesuatu yang kecil, namun tidak semestinya juga pihak minimarket mengabaikan hak konsumen yang ingin agar uang kembalian berbentuk uang tunai (koin), bukan permen. Keadaan itu juga pernah dialami beberapa konsumen ketika membeli barang dari salah satu minimarket ternama, di mana saat di kasir, ternyata uang kembalian konsumen ada tambahan permen. Bukan bonus, melainkan gantinya uang seratus yang kelihatannya di kasir persediaannya sudah habis.

Dengan adanya hal ini detkominfo menerangkan bahwa 80% konsumen sering menyiasatinya kondisi itu dengan membawa beberapa uang koin agar tak mengalami kejadian serupa. Dan menurut mereka juga bisa untuk jaga-jaga jika sewaktu-waktu bertemu dengan pengemis dan pengamen tanpa diduga. Dengan alasan karena konsumen yakin tidak akan ada pengemis maupun pengamen yang mau diberi permen oleh masyarakat, karena yang mereka butuhkan adalah uang, meskipun cuma senilai seratus rupiah. Hal itu pasti lebih baik daripada harus menerima pemberian permen dari orang lain. Dan tidak jarang konsumen yang mengeluh kembalian uang koin yang diganti permen itu sangat meresahkan karena mereka menganggap permen tidak ada gunanya.

Di luar itu, kebiasaan pedagang yang memberi uang kembalian dengan diganti permen merupakan preseden buruk bagi terwujudnya perilaku dalam kehidupan bermasyarakat. Mental pedagang seperti itu

setidaknya perlu dikritisi dan pemerintah berwenang wajib membina dengan memberikan pendidikan berupa sosialisasi secukupnya untuk menyadarkan dan membuka wawasannya. Karena jelas-jelas perbuatan kurang patut diikuti itu merugikan konsumen, dan dalam skala besar jika dibiarkan akan menjadi sebuah budaya kurang konstruktif dalam lingkungan masyarakat.

Karena jika mengacu pada keadaan negara ini, bagaimana bisa maju sistem perekonomian Indonesia jika sebagian besar pedagang, mulai ritel tingkat kecil hingga ritel yang menjadi tulangpunggung mengabaikan hal-hal kecil yang dapat merusak mental bangsa dengan contoh ketika memberi uang kembalian konsumen tiba-tiba langsung diberi permen tanpa pernah lebih dulu diberi opsi lain. Harusnya uang kembalian tak diganti permen begitu saja. Sudah semestinya perbuatan itu diperbaiki supaya tak menjadi masalah dikemudian hari, dengan menjadi budaya masyarakat akibat akumulatif kebiasaan buruk.

Dalam memutuskan tempat belanja yang akan di kunjungi konsumen mempertimbangkan keuntungan dan kerugiannya, ada beberapa konsumen yang menganggap uang koin tidak begitu berguna, tetapi banyak konsumen yang ingin mendapatkan uang koin mungkin dengan belanja di minimarket yang nantinya dia akan mendapatkan uang koin sebagai kembalian. Tapi justru oleh pihak perusahaan kembalian koin tersebut diganti dengan permen. Mungkin ada konsumen yang justru senang menerima permen sebagai gantinya uang koin, dengan alasan jika

mendapatkan permen tidak perlu susah-susah membelikan anaknya permen dengan jumlah banyak, dan di sisi lain akan banyak konsumen yang kecewa dan merasa kurang puas dengan kembalian koin yang diganti permen dan berfikir kebijakan perusahaan ini akan mengurangi minat konsumen berbelanja di minimarket tersebut.

Sebenarnya topik ini sudah sering dibahas di koran-koran atau media lain. Kejadiannya pada 22-Mei-2010 di Alfamart daerah UPN Surabaya Km 5. Konsumen membeli Pocari Sweat dan Minute Maid – Pulpy Orange total pembelian Rp 8.900,00 dan membayar dengan uang nominal Rp 100.000,00 seharusnya kembaliannya adalah Rp 91.100,00 namun konsumen tersebut hanya diberi Rp 91.000,00 ditambah satu butir permen. Hal ini sudah beberapa kali terjadi di beberapa tempat lain seperti Alfamart, indomart dan minimarket lainnya.

Pada hakikatnya kepuasan konsumen merupakan salah satu strategi jangka panjang, karena di butuhkan waktu lama sebelum bisa membangun dan mendapatkan reputasi atas layanan prima, karena kepuasan konsumen merupakan salah satu indicator kesuksesan perusahaan di masa datang yang mengukur kecenderungan reaksi konsumen terhadap perusahaan tersebut. Dan kepuasan konsumen juga dapat memberikan kontribusi terhadap barang produksi yang akan dipasarkan agar nantinya banyak diminati, maka perusahaan memperhatikan kualitas layanan kepada konsumen.

Pelayanan yang diinginkan oleh konsumen salah satunya adalah mempertahankan dan berusaha meningkatkan pelayanan serta memperhatikan perkembangan kebutuhan dan keinginan para pelanggan dari waktu ke waktu, dengan berupaya menyediakan kebutuhan pelanggan sesuai dengan keinginan atau lebih dari yang diharapkan, dan juga memperlakukan pelanggan dengan pola layanan yang terbaik.

Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Adanya kepuasan dari pihak konsumen dapat dijadikan bahan koreksi bagi penyedia layanan (provider) mengenai sampai dimana pelayanan yang diberikan, apakah bertambah baik, tetap atau bertambah turun. Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dapat tercapai apabila kualitas pelayanan yang dilakukan berdasarkan ketentuan yang berlaku dan dapat memahami apa yang diminta oleh konsumen sehingga tujuan dari pelayanan tersebut dapat tercapai.

Semakin banyaknya persaingan di dunia bisnis menjadikan kualitas pelayanan sebagai salah satu strategi dalam menarik minat konsumen agar tetap menggunakan jasa ataupun barang yang di pasarkan.

Munculnya banyak minimarket mempermudah konsumen dalam mengkonsumsi barang yang diinginkan, tapi di sisi lain konsumen juga memilih untuk mengunjungi tempat belanja yang diinginkan.

Bagi perusahaan, strategi dalam menarik perhatian konsumen harus benar-benar menjadi satu hal yang harus diperhatikan. Karena jika

konsumen tidak nyaman dengan pelayanan atau produk yang digunakan maka konsumen tidak akan menggunakan produk itu lagi.

Salah satu yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih barang yang akan dikonsumsi atau tempat belanja yang akan dikunjungi adalah kualitas pelayanan atau kualitas dari layanan yang disediakan oleh minimarket itu sendiri apakah sesuai dengan keinginan konsumen, karena banyak hal yang menyebabkan konsumen merasa kurang puas atas pelayanan dari pihak perusahaan. Konsumen yang puas dan loyal terhadap sebuah perusahaan cenderung kembali mengunjungi minimarket tersebut. Hal ini disebabkan factor kepercayaan telah terbentuk. Konsumen yakin bahwa perusahaan tidak akan bersikap oportunistik dan memanfaatkan mereka untuk kepentingan sesaat.

Dalam banyak kasus, kepuasan konsumen mengalihkan fokus pada harga ke pelayanan dan kualitas. Tetapi tidak jarang konsumen ada yang komplain tentang masalah yang dianggap mungkin tidak begitu penting bagi konsumen yang lain. Kadangkala jika terdapat konsumen berbelanja di minimarket dan mendapat kembalian uang koin atau receh dengan diganti permen, hal ini sering di pertanyakan oleh konsumen *“Apakah nilai uang koin dengan permen itu sama?”* dan *“Bila uang koin mereka diganti permen, lari kemana uang tersebut?”*

Hal tersebut merupakan salah satu ganjalan bagi konsumen untuk mengangap apakah dengan adanya pertanyaan-pertanyaan seperti itu

mereka merasakan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan minimarket.

Tidak sedikit konsumen yang merasa kurang puas dengan penggantian. Dari segi kualitas tidak berpengaruh tapi dari segi materi uang koin dapat digunakan untuk kepentingan yang lain. Oleh karena itu perusahaan harus lebih memperhatikan hal-hal yang dianggap kurang penting, tetapi sedikit banyak hal ini juga sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kementerian Perdagangan dan Bank Indonesia meluncurkan Gerakan Peduli Koin Nasional. “Gerakan ini diluncurkan karena ada kecenderungan masyarakat menyimpan koin dengan tidak membelanjakan uang logam tersebut,” kata Menteri Perdagangan Mari Elka Pangestu di Gedung BI, Jakarta Pusat, Sabtu (31/7). Ini menyebabkan terhambatnya perputaran uang logam yang mengakibatkan kebutuhan uang logam terus meningkat.

Menurut Mari, gerakan ini merupakan bentuk tanggung jawab dan respons positif terhadap pentingnya perlindungan konsumen. Ini mengingat banyak keluhan atau pengaduan konsumen terkait pengembalian sisa uang belanja transaksi dalam bentuk permen atau barang lain atau sumbangan yang tercantum dalam struk belanja.

Detkominfo juga menjelaskan bahwa Gubernur Bank Indonesia yang baru terpilih, Darmin Nasution, mengatakan keengganan masyarakat untuk menggunakan kembali uang logam disebabkan tidak ada media atau

tempat untuk menyalurkan uang logam itu. Karena itu, BI, Kementerian Perdagangan, dan para pengusaha ritel yang tergabung dalam Aprindo bekerja sama untuk menyosialisasikan gerakan peduli koin nasional.

Kerjasama itu ditandai dengan penandatanganan nota kesepahaman di antara ketiganya dalam penyediaan dan penukaran koin di gerai ritel. Ribuan gerai ritel moderen, seperti Alfamart, Indomaret, Hero, Giant, Guardian, Circle K, Toserba Yogya, Carrefour, Lottemart, Carrefour Express, Raja Fresh, Sabar Subur, Hypermart, Depo Bangunan, Diamond, Ranch Market, siap menerima penukaran uang logam. Ritel moderen ini juga berjanji mengembalikan sisa transaksi dengan uang tunai, bukan permen atau bentuk lainnya, www.googlesearch/kembalian diganti permen.com.

Jumlah uang logam yang beredar di masyarakat senilai Rp 3,2 triliun per 30 Juni 2010 atau sebanyak 15,5 miliar keping dengan jumlah terbanyak pecahan Rp 100, yaitu 6,7 miliar keping. Pada 2010, BI berencana mencetak 1,6 miliar keping uang logam [baca: BI Cetak 1,6 Miliar Keping Uang Logam].

Berdasarkan dari latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk mengambil suatu permasalahan untuk di uji dengan judul “Kepuasan Konsumen Terhadap Pengembalian Uang Koin Yang Diganti Permen”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis dapat menentukan permasalahan sebagai berikut :

Bagaimana dampak kepuasan konsumen terhadap kembalian uang koin yang diganti permen ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis adalah untuk mengetahui dan menganalisis kepuasan konsumen dalam penegembalian uang koin yang diganti permen.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan evaluasi masalah yang berkaitan dengan kepuasan konsumen, selain itu juga bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya untuk bahan pertimbangan yang akan datang sebagai acuan pertimbangan dalam menganalisa permasalahan yang sama mengenai kepuasan konsumen dalam menerima kembalian uang koin.